

मिरची

बाजारपेठांशी जोडणी विषयी माहिती

महाराष्ट्र अॅग्रीबिझनेस नेटवर्क प्रकल्प (मॅग्नेट)

२०२४

मिरचीचे जागतिक उत्पादन: सद्यस्थिती

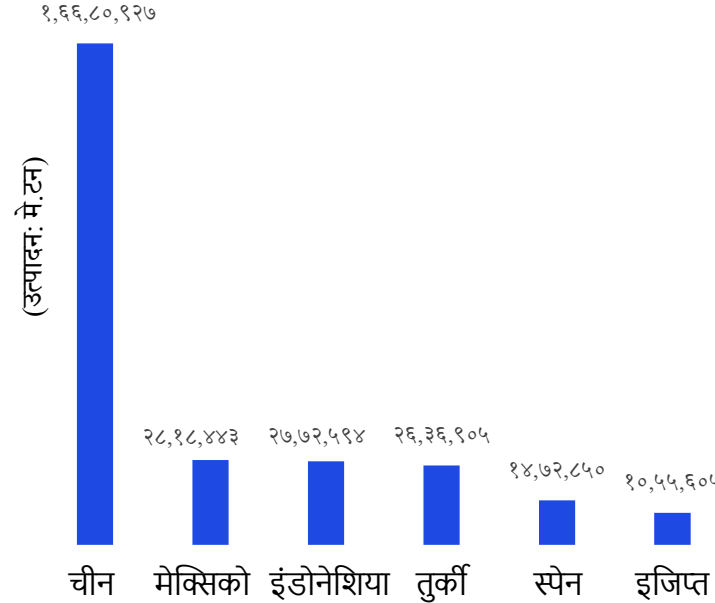
जागतिक उत्पादन सद्यस्थिती

- जागतिक अन्न आणि कृषी(FAO) संघटनेनुसार जागतिक हिरव्या मिरचीच्या लागवडीखालील एकूण क्षेत्र २० लाख हेक्टरपेक्षा जास्त असून ३६१ लाख मेट्रिक टन मिरचीचे उत्पादन होते. जागतिक हिरवी मिरची उत्पादनामध्ये चीन(१.६६ लाख मेट्रिक टन) प्रथम क्रमांकावर असून एकूण जागतिक हिरव्या मिरची उत्पादनापैकी ४६% वाटा चीन देशाचा आहे.
- जागतिक हिरव्या मिरची लागवडीखालील क्षेत्र आणि उत्पादन या दोन्ही बाबतीत भारत दुसऱ्या क्रमांकावर आहे. सन २०२०-२१ मध्ये भारतातील हिरव्या मिरचीची उत्पादकता १०.६२ मेट्रिक टन/हेक्टर असून जागतिक उत्पादकतेपेक्षा (१७.४६ मेट्रिक टन/हेक्टर) लक्षणीयरीत्या कमी आहे.

हिरवी मिरचीचा चीन हा सर्वात मोठा उत्पादक देश असून उत्पादनात एकूण ६०% योगदान आहे.

हिरव्या मिरचीच्या एकूण निर्यातीमध्ये मेक्सिको देशाचा वाटा २७% आहे

हिरव्या मिरचीचे प्रमुख उत्पादक देश (सन २०२०)



हिरवी मिरची निर्यात करणारे प्रमुख देश (सन २०२३-२४)

देश	निर्यात (USD)
भारत	234.5 दशलक्ष
दक्षिण अफ्रिका	172 दशलक्ष
व्हियतनाम	167.2 दशलक्ष
चीन	153.3 दशलक्ष
पाकिस्तान	102.5 दशलक्ष

मिरचीचे जागतिक उत्पादन: सद्यस्थिती

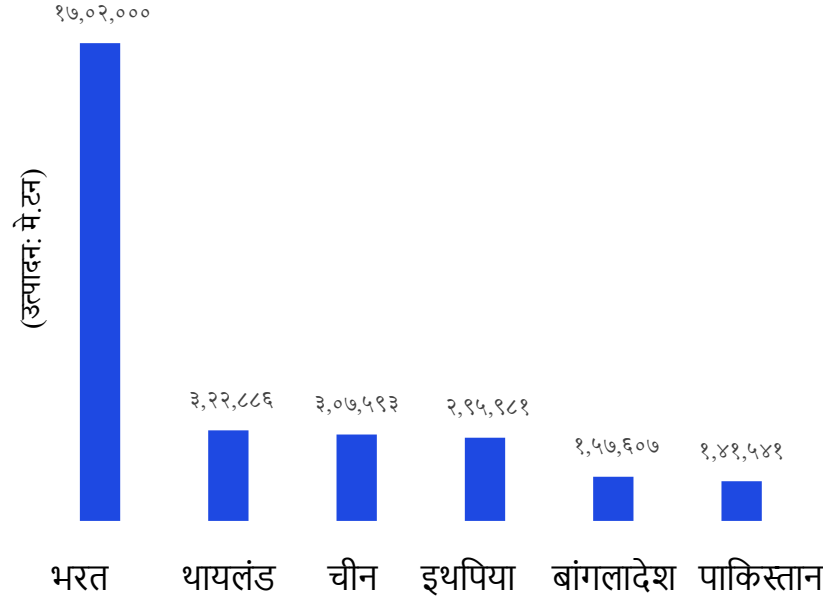
जागतिक उत्पादन सद्यस्थिती

- जागतिक अन्न आणि कृषी(FAO) संघटनेनुसार आशिया, आफ्रिका, अमेरिका आणि युरोपमध्ये लाल मिरचीच्या लागवडीखालील एकूण क्षेत्र १६ लाख हेक्टरपेक्षा जास्त असून ४१ लाख मेट्रिक टन लाल मिरचीचे उत्पादन होते.
- जागतिक लाल मिरचीच्या उत्पादनामध्ये भारत (१७ लाख मेट्रिक टन) देशाचा प्रथम क्रमांक लागत असून जागतिक लाल मिरचीच्या उत्पादनापैकी ४० टक्के वाटा आहे.
- भारतातील लाल मिरचीची उत्पादकता (२.४९ मेट्रिक टन/हेक्टर) जागतिक उत्पादकतेपेक्षा (२.५७ मेट्रिक टन/हेक्टर) किंचित कमी आहे.

भारत देशाचा लाल मिरचीच्या निर्यातीमध्ये प्रथम क्रमांक असून लाल मिरचीच्या एकूण जागतिक निर्यातीमध्ये

भारताचा ४१ टक्यांचा वाटा आहे

लाल मिरचीचे प्रमुख उत्पादक देश (सन २०२०)



लाल मिरची निर्यात करणारे प्रमुख देश (सन २०२३-२४)

देश	निर्यात मूल्य
भारत	\$1.31 अब्ज
व्हियतनाम	\$1.04 अब्ज
थायलंड	\$ 987 अब्ज
चीन	\$ 734 अब्ज
ब्राझील	\$ 332 अब्ज

मिरचीचे भारतातील उत्पादन: सद्यस्थिती

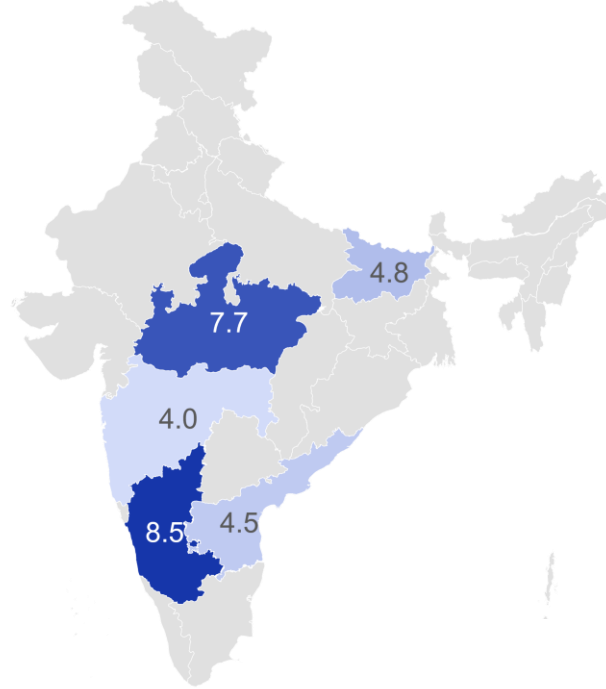
भारतीय उत्पादन सद्यस्थिती

- सन २०२१-२२ मध्ये जागतिक हिरवी मिरची उत्पादनामध्ये (४५ लाख मेट्रिक टन) भारत द्वितीय क्रमांकाचा देश आहे.
- **भारतातील प्रमुख हिरवी मिरची उत्पादक राज्य:** कर्नाटक, मध्यप्रदेश, पश्चिम बंगाल, आंध्रप्रदेश आणि महाराष्ट्र
- **भारतातील प्रमुख लाल मिरची उत्पादक राज्य:** आंध्र प्रदेश, तेलंगणा, मध्य प्रदेश, कर्नाटक आणि ओडिसा
- **भारतातील महत्त्वाच्या बाजारपेठा:** आज्ञादपूर (दिल्ली), मुंबई (महाराष्ट्र), बोवेनपल्ली (हैदराबाद, तेलंगणा), अहमदाबाद (गुजरात), वडोदरा (सयाजीपुरा, गुजरात), सुरत (गुजरात), पुणे (महाराष्ट्र), गुडीमलकापूर (हैदराबाद, तेलंगणा) आणि गोरखपूर (उत्तर प्रदेश)

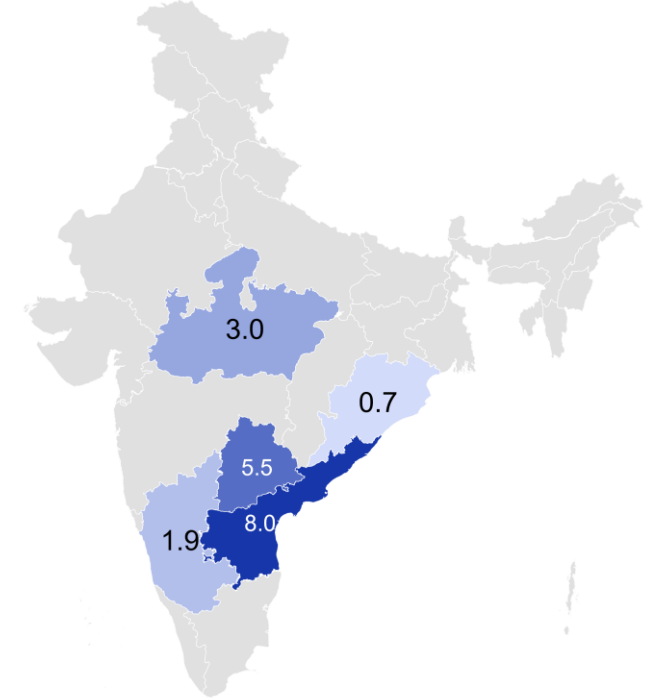
सन २०२१-२२ मध्ये भारतातील हिरवी मिरचीच्या उत्पादनामध्ये महाराष्ट्राचा पाचवा क्रमांक लागतो

सन २०२१-२२ मध्ये भारतातील लाल मिरचीच्या उत्पादनामध्ये आंध्रप्रदेश राज्य प्रथम क्रमांकावर आहे

हिरव्या मिरचीचे प्रमुख उत्पादक राज्य
(सन २०२१-२२) (उत्पादन: लाख मे. टन)



लाल मिरचीचे प्रमुख उत्पादक राज्य
(सन २०२१-२२) (उत्पादन: लाख मे. टन)

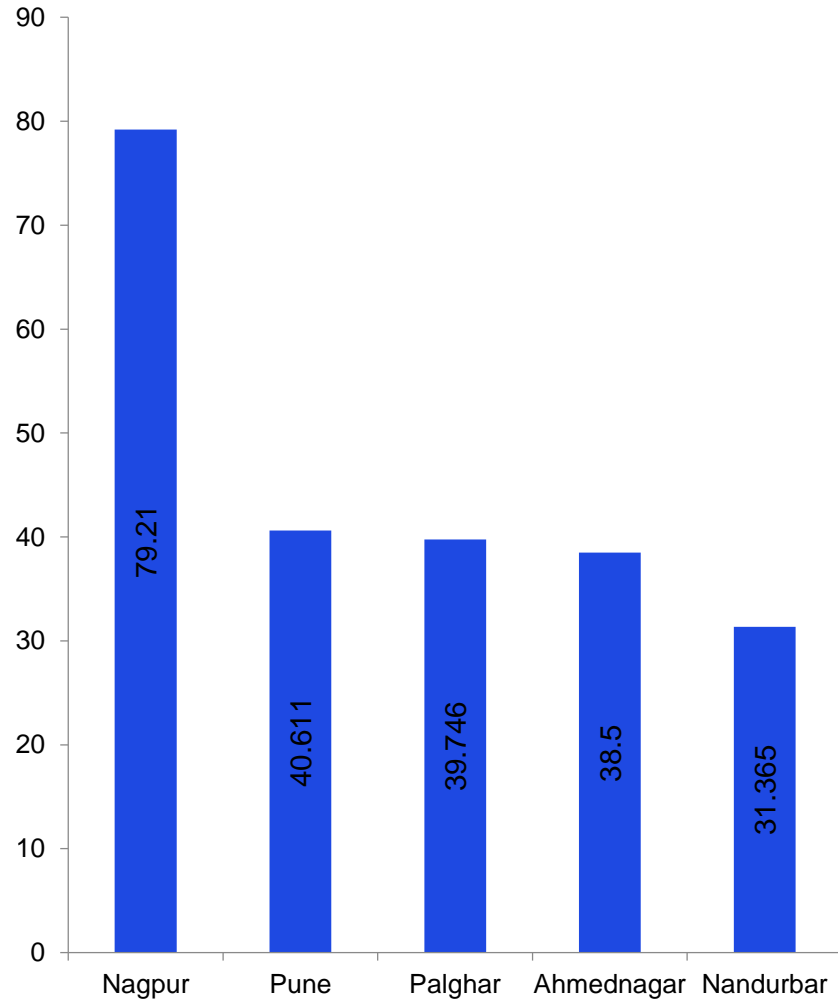


मिरचीचे महाराष्ट्रातील उत्पादन: सद्यस्थिती

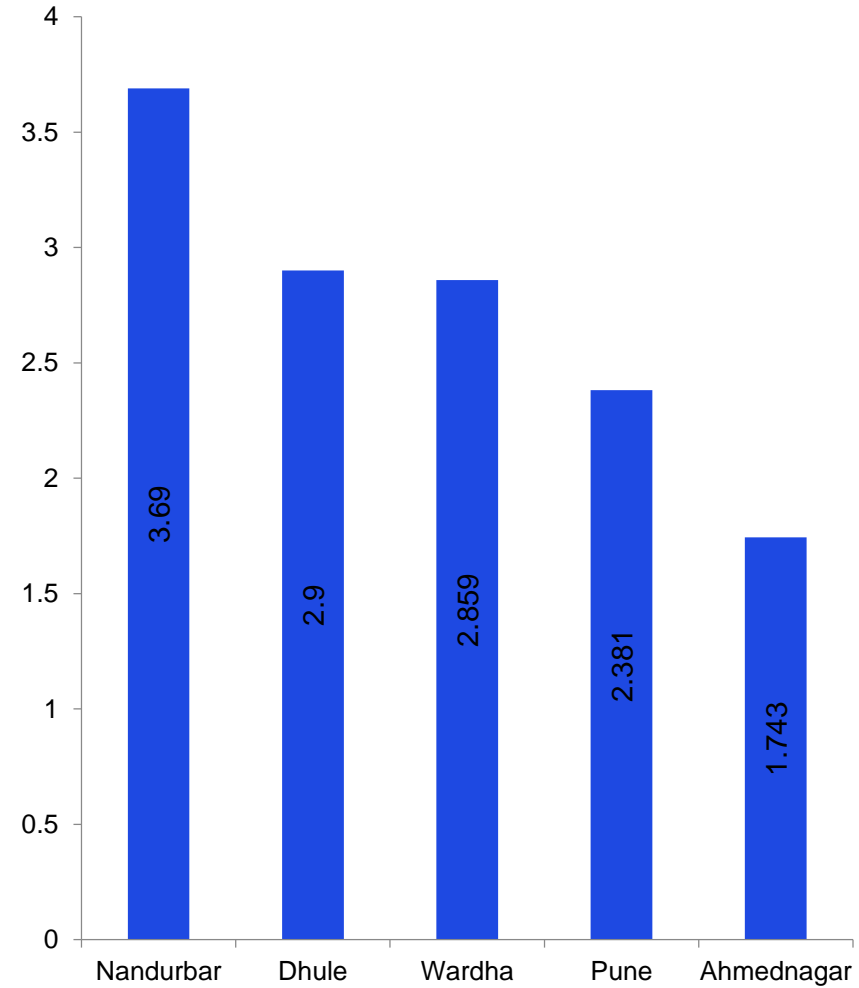
महाराष्ट्रातील बाजारपेठेची सद्यस्थिती

- राज्यातील मिरची उत्पादन:
 - सन २०१५-१६ पासून ते सन २०१८-१९ पर्यंत महाराष्ट्रातील हिरव्या मिरचीच्या उत्पादनात ९% वाढ झाली आहे.
 - सन २०१५-१६ पासून ते सन २०१८-१९ पर्यंत महाराष्ट्रातील हिरव्या मिरचीच्या उत्पादकतेत १२% वाढ झाली आहे.
- महाराष्ट्रातील प्रमुख मिरची उत्पादक जिल्हे:
 - नागपूर, नंदुरबार, जळगाव पुणे आणि नाशिक
- महाराष्ट्रातील मिरची लागवडीचे प्रमुख वाण:
 - VNR-५७७, HPH-५५३१, तेजा-४, SHP-४८८४, तेजस्विनी आणि G४ यांचा समावेश होतो.
- महाराष्ट्रातील महत्त्वाच्या मिरचीच्या बाजार समित्या आणि त्यांची एकूण आवक(मे. टन)
 - मुंबई- १९,३०७ नागपूर- १५,४३८
 - नंदुरबार - ३३७७

Production of Green Chill in Maharashtra (000 MT) (2022-23)



Production of Red Chilli in Maharashtra (000 MT) (2022-23)



महाराष्ट्रातील मिरची पीक मूल्यसाखळी

विक्री मार्ग १

शेतकरी ► घाऊक विक्रेता/दलाल ► किरकोळ विक्रेता ► ग्राहक

विक्री मार्ग २

शेतकरी ► काढणी पश्च्यात कंत्राटदार/दलाल ► दूरच्या बाजारातील घाऊक विक्रेता (जसे दिल्ली / लखनऊ / चंदीगड / बिहार / कोलकाता) ► किरकोळ विक्रेता ► ग्राहक

विक्री मार्ग ३

शेतकरी ► शेतकरी उत्पादक संस्था / महत्वाचे शेतकरी / गाव पातळीवरील संकलक ► दलाल ► प्रक्रियादार ► दूरच्या किंवा नजीकच्या बाजारातील घाऊक विक्रेता ► किरकोळ विक्रेता ► ग्राहक

विक्रीव्यवस्थेतील अडचणी आणि उपाय

अडचणी



किंमत अस्थिरता:

- मागणी आणि पुरवठ्यातील फरकांमुळे मिरचीच्या किमती मोठ्या प्रमाणात चढ-उतार होतात



वाहतूक खर्च:

- शेतापासून दूरच्या बाजारपेठेपर्यंत वाहतूक खर्च जास्त असल्यामुळे शेतकऱ्यांना त्यांचे उत्पादन दूरच्या बाजारपेठांमध्ये विकता येत नाही जेथे त्यांना चांगले भाव मिळू शकतात



मर्यादित बाजार माहिती:

- शेतकरी उत्पादक संस्थांना अद्ययावत बाजारपेठेबद्दल मर्यादित माहिती असते. ज्यामुळे शेतमालास रास्त दर मिळत नाही.



व्यावसायिक कौशल्यांचा अभाव:

- शेतकऱ्यांची व्यावसायिक कौशल्ये मर्यादित असल्यामुळे साठवणुकीच्या व्यवस्थापन माहिती नसते त्यामुळे नुकसान होते



मध्यस्थांचे वर्चस्व:

- शेतकऱ्यांना आपला माल विकण्यासाठी अनेकदा मध्यस्थांवर अवलंबून राहावे लागते. ज्यामुळे त्यांच्या नफ्याचे प्रमाण कमी होते.

उपाय



शेतमालाची खरेदी:

- शेतकरी उत्पादक संस्थेने खरेदीदारांच्या गरजेनुसार सातत्याने पुरेशा प्रमाणात शेतमालाचा पुरवठा करावा
- खरेदीदारांच्या गरजेनुसार शेतकरी उत्पादक संस्थांनी शेतमालाची खरेदी इतर भागामधून करावी



प्रशिक्षण आणि क्षमता विकास:

- शेतकऱ्यांनी उत्पादन आणि बाजारपेठेची माहिती मिळविण्यासाठी विविध प्रशिक्षण कार्यक्रमांमध्ये सहभाग घ्यावा



मार्केट इंटेलिजन्स सिस्टीमचा वापर :

- शेतकऱ्यांना बाजारपेठेतील आवक, बाजारभावाचा चढ-उतार आणि शेतमालाची मागणी इत्यादी बाबत वेळेवर माहिती मिळण्यासाठी मार्केट इंटेलिजन्स सिस्टीमचा वापर करावा
- संकेतस्थळे – www.faostat.com, www.ers.usda.gov, www.agriculture.ec.europa.eu/international/, www.ourworldindata.org



शेतकऱ्यांची थेट बाजारपेठांशी जोडणी:

- ई-मार्केट प्लॅटफॉर्म आणि कंत्राटी शेती व्यवस्थेद्वारे खरेदीदारांशी जोडणी करावी

मिरची पीक: निर्यात

निर्यात बाजारपेठा



प्रस्थापित बाजारपेठा:

युनायटेड किंगडम, जर्मनी, फ्रान्स, नेदरलँड आणि इटली

उदयोन्मुख/संभाव्य बाजारपेठा:

सौदी अरेबिया, यूएई, कुवेत, कतार, सीरिया

प्रमुख प्रतिस्पर्धी देश



मध्य पूर्वे देशांच्या बाजारपेठा:

केनिया आणि मोरोक्को

इतर बाजारपेठा:

स्पेन आणि नेदरलँड

मिरची निर्यातीतील आव्हाने



- गुणवत्ता नियंत्रण आणि निर्यात मानकांचे पालन
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- निकषानुसार कीड व्यवस्थापन
- अपरिपूर्ण पुरवठा साखळी
- उच्च आंतरराष्ट्रीय वाहतूक दर
- उच्च देशांतर्गत वाहतूक दर
- वाहतूक खर्च
- वित्तपुरवठा आणि खेळत्या भांडवलाचा अभाव
- जागतिक बाजारपेठेतील स्पर्धा

भारतातून मिरची निर्यातीसाठी येणारे अडथळे

प्रमुख बाजारपेठा	अडथळे
यूरोपियन देश	<ul style="list-style-type: none">• शेतमाल सुरक्षिततेसाठी आणि गुणवत्तेसाठी अत्यंत कठोर मानके• उच्च निर्यात खर्च• उच्च वाहतूक खर्च
मध्य पूर्व आशिया देश	<ul style="list-style-type: none">• अपुरी शीतगृह साठवण सुविधा• आधुनिक बंदरांचा अभाव
भारतीय उपखंडातील देश	<ul style="list-style-type: none">• दरांमधील अनिश्चितता• अपुरी शीतगृह साठवण सुविधा• आधुनिक बंदरांचा अभाव

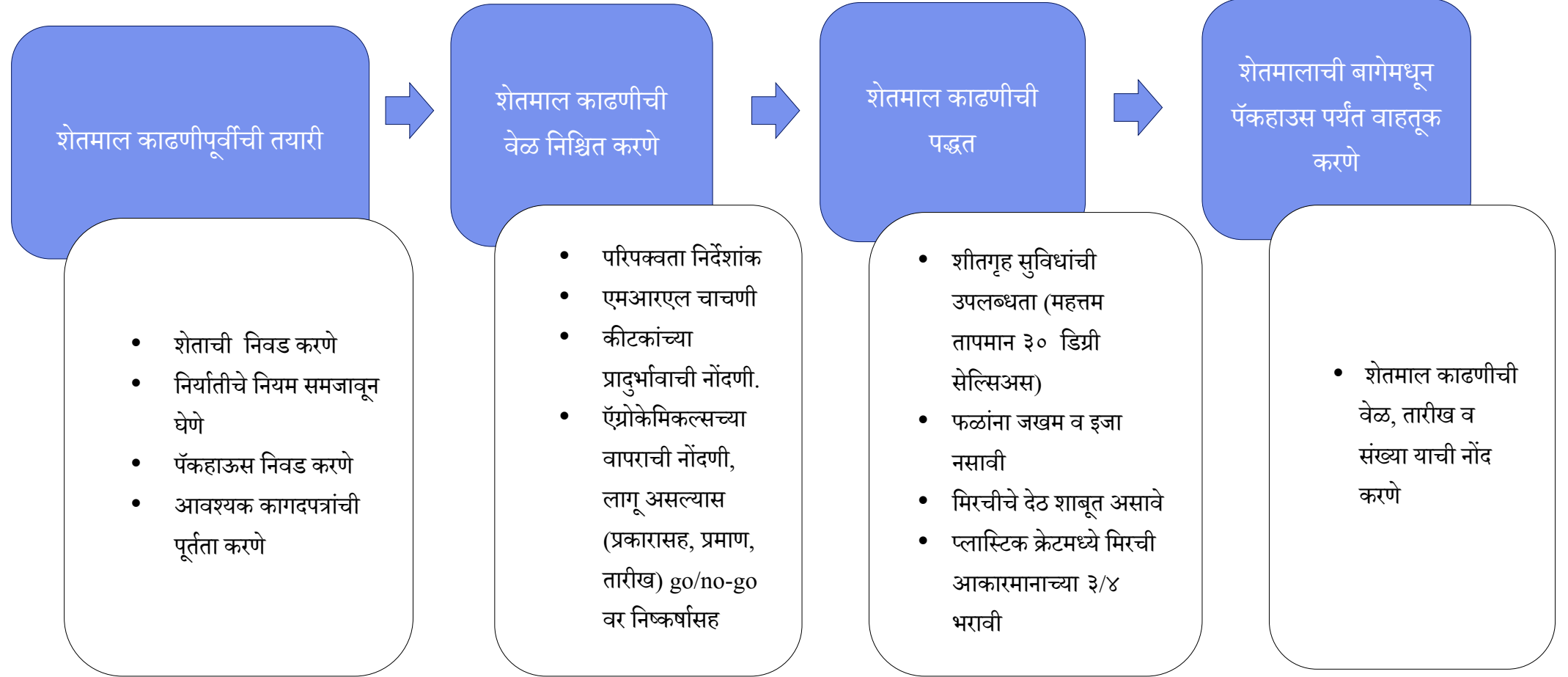
मिरची निर्यातीसाठीचे पर्याय

पर्यायी मार्ग	निर्यात करण्यासाठी निर्यातदार शोधणे	फायदे	तोटे
भारतातील निर्यातदारा मार्फत	<p>विविध संस्था/संघटनेद्वारे आयोजित केलेल्या इतर राष्ट्रीय व्यापार संमेलनामध्ये सहभाग घेणे.</p> <ul style="list-style-type: none">अपेडा संस्थेद्वारे आयोजित व्यापारी संमेलनामध्ये सहभाग घेणे. (संकेतस्थळ www.apeda.gov.in)अशा संमेलनाची यादी कृषी जागरण त्यांच्या संकेतस्थळावर प्रकाशित करते. (www.krishijagran.com)मॅनेट प्रकल्पांतर्गत आयोजित खरेदीदार-विक्रेत्याची संमेलन बैठकीमध्ये सहभाग घेणे. <p>व्यापारासाठी संकेतस्थळांचा वापर करणे.</p> <ul style="list-style-type: none">शेतमाल निर्यातीसाठी www.indiamart.com आणि www.exporters.com या संकेतस्थळांचा वापर करावा.देशांतर्गत शेतमाल ऑनलाइन विक्रीसाठी www.india.com या संकेतस्थळांचा वापर करावा.	<ul style="list-style-type: none">या विक्रीमार्गाने निर्यात करणे सर्व शेतकरी उत्पादक संस्थांसाठी योग्य आहे. विशेषतः कमी प्रमाणामध्ये शेतमाल हाताळणी करणाऱ्या शेतकरी उत्पादक संस्थांसाठी.निर्यातदारांकडून शेतकरी उत्पादक संस्थेस कमी कालावधीमध्ये पैसे मिळतात.शेतमाल निर्यातीसाठी आवश्यक बाबींची खातरजमा निर्यातदाराद्वारे केली जाते - शेतकरी उत्पादक संस्था केवळ शेतमालाची गुणवत्ता कामकाजामध्ये लक्ष देते.	<ul style="list-style-type: none">शेतमाल निर्यातीच्या अंतिम बाजारभावाचा फायदा निर्यातदारास मिळतो.शेतकरी उत्पादक संस्था निर्यात-भिमुख पायाभूत सुविधांसाठी गुंतवणूक करू शकत नाही.निर्यातदारकडे शेतमाल उपलब्ध नसल्यास कमी किमतीत इतर कोणत्याही विक्रेत्याकडून समतुल्य गुणवत्तेचा शेतमाल निर्यातदार खरेदी करू शकतात.

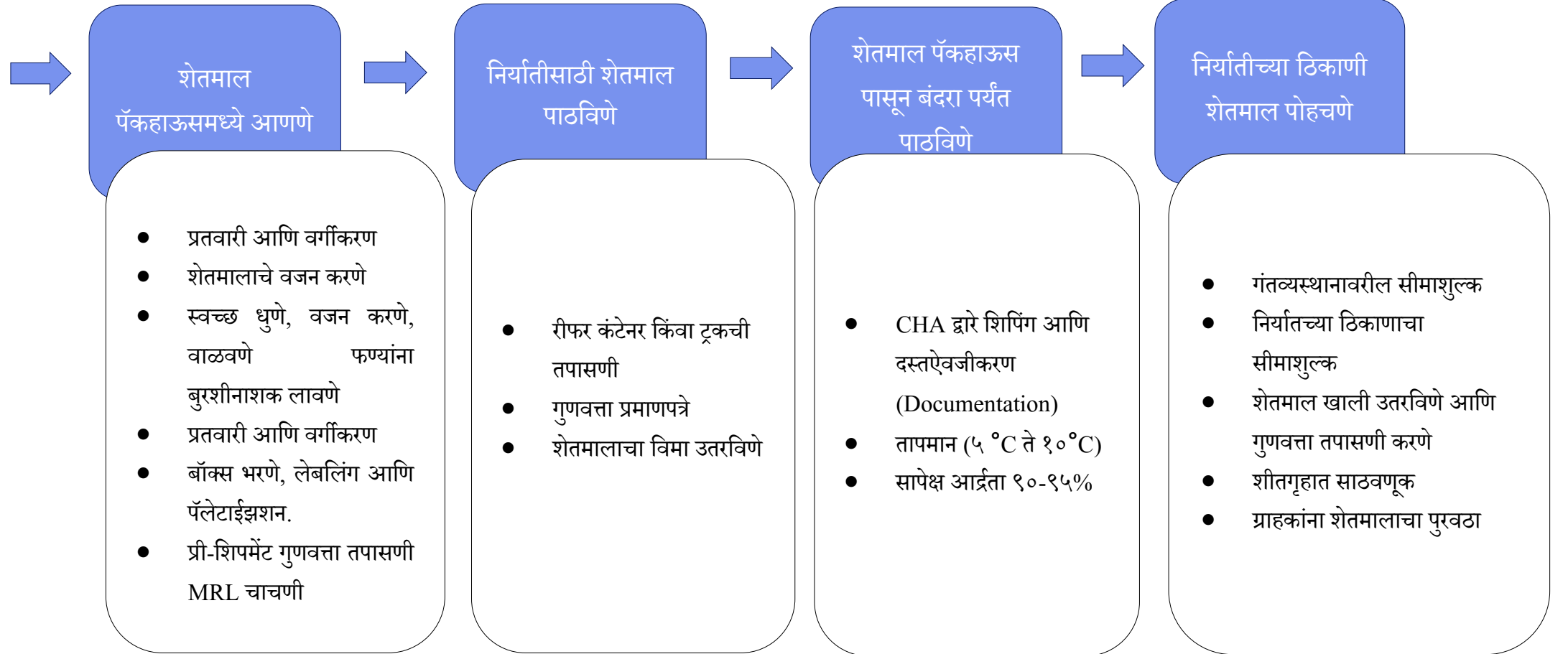
मिरची निर्यातीसाठीचे पर्याय

पर्यायी मार्ग	निर्यात करण्यासाठी निर्यातदार शोधणे	फायदे	तोटे
आयातदार देशातील आयातदारा मार्फत	<p>विविध संस्था/संघटनेद्वारे आयोजित केलेल्या इतर आंतरराष्ट्रीय व्यापार संमेलनामध्ये सहभाग घेणे.</p> <ul style="list-style-type: none">अपेडा संस्थेद्वारे आयोजित आंतरराष्ट्रीय व्यापारी संमेलनामध्ये सहभाग घेणे (संकेतस्थळ https://apeda.gov.in/apedawebsite/trade_promotion/International_trade_event)आंतरराष्ट्रीय खरेदीदार-विक्रेता संमेलन जसे की: बर्लिन, जर्मनी येथील आयोजित 'फ्रूट लॉजिस्टिक', हाँगकाँग/बँकॉक येथील आयोजित 'एशिया फ्रूट लॉजिस्टिक', माद्रिद, स्पेन येथील आयोजित 'फ्रूट अट्रॅक्शन'फलोत्पादन व्यापारावरील आंतरराष्ट्रीय कार्यक्रमांबाबत माहिती नियमितपणे सेंटर फॉर द प्रमोशन ऑफ इम्पोर्ट्स फ्रॉम डेव्हलपिंग कंट्रीज (CBI) संस्थेच्या संकेतस्थळावर प्रकाशित केले जातात.. www.cbi.eu/eventsइतर संकेतस्थळे - www.freshplaza.com आणि https://www.hcsingapore.gov.in/events	<ul style="list-style-type: none">जास्त बाजारभावदीर्घकालीन व्यवसायाची संधी. शेतकरी उत्पादक संस्था ही इतर शेतकरी उत्पादक संस्था/बाजारपेठेतील व्यापान्याकरिता निर्यातदार होऊ शकते.शेतकरी उत्पादक संस्था इतर पिकांचा समावेश करून निर्यात वाढवू शकते.	<ul style="list-style-type: none">शेतकरी उत्पादक संस्था कमीत कमी आवश्यक प्रमाणात शेतमाल प्रति कंटेनर पाठविण्यास सक्षम असावी.आयातदारांकडून पैशांमध्ये फसवणूक होऊ शकते.आयातदारांकडून पैसे मिळण्याचा कालावधी ३० ते ६० दिवसांचा असू शकतो.शेतमाल निर्यात करण्यासाठी आवश्यक गुणवत्ता निकष व नियम बदल योग्य आणि संपूर्ण ज्ञान व माहिती असणे महत्वाचे आहे

भारतातून मिरची निर्यात करण्यासाठी टप्पे



भारतातून मिरची निर्यात करण्यासाठी टप्पे



देशांतर्गत बाजारपेठ



देशांतर्गत बाजारपेठ
आणि प्रतिस्पर्धी



देशांतर्गत
बाजारपेठेतील
आव्हाने



बाजारपेठेतील
पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि
संबंधित जोखीम

- बाजार समित्या व खाजगी व्यापारी
- देशातील सर्व राज्यांमध्ये मिरचीची मागणी
- इतर प्रतिस्पर्धी राज्यांमध्ये आंध्र प्रदेश, तेलंगणा, मध्य प्रदेश, कर्नाटक आणि ओडिसा या राज्यांचा समावेश होतो

- शेतमाल किंमतीतील चढउतार
- शेतमालाची गुणवत्ता आणि भेसळ समस्या
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- अपूर्ण पुरवठा साखळी
- कुशल आणि अकुशल कामगारांचा अभाव
- ग्राहकांमध्ये गुणवत्तापूर्ण शेतमालाबाबत जागरूकतेचा अभाव
- हवामान बदल

- शेतकरी उत्पादक संस्था देशांतर्गत बाजारपेठेत विविध बाजारपेठेतील व्यापारी आणि प्रक्रियादार यांना शेतमालाचा थेट पुरवठा करून पुरवठा करू शकतात.
- विविध शहरांतील बाजार समित्यांना भेटी देऊन संबंध प्रस्थापित केले जाऊ शकतात.
- मिरचीच्या व्यापारासाठी ऑनलाइन खरेदीदार ते खरेदीदार(B2B) व्यासपीठे / व्यापार संकेतस्थळे

www.kisanmandi.com

www.indiamart.com

www.tradeindia.com

फायदे:

- देशांतर्गत बाजारपेठेत विक्री केल्याने शेतमालाच्या पैसे बुडण्याचा धोका लक्षणीयरीत्या कमी होतो.
- शेतमाल विक्रीसाठी देशांतर्गत बाजारपेठेमध्ये विविध पर्याय उपलब्ध

जोखीम:

- दूरच्या देशांतर्गत बाजारपेठेत विक्री करताना पैसे उशिरा मिळण्याचा किंवा पैसे बुडण्याचा धोका जास्त असतो
- शेतमालाचा सातत्यपूर्ण पुरवठा करणे आवश्यक

भारतामध्ये मिरची किरकोळ विक्री करण्यासाठीचे मापदंड

मिरचीचा प्रकार	आकार	रंग	मिरची नाकारण्याची कारणे
भावनगरी (भजी) मिरची	लांबी: ५-१० सें.मी.	हिरवा	<ul style="list-style-type: none">• तुटलेली असल्यास• जास्त पिकलेले असल्यास• नुकसान झालेले असल्यास• सडलेली असल्यास• किडलेली असल्यास• कीटकांनी संक्रमित असल्यास 
लवंगी मिरची	लांबी: ४-८ सें.मी.	हिरवा	
हिरवी मिरची	लांबी: ८-१० सें.मी.	<ul style="list-style-type: none">• ९०% टणक त्वचा• अर्धवट पिकलेले• हिरवा	

संघटित किरकोळ विक्रेते आणि ई कॉमर्स



उपलब्ध व्यासपीठ
आणि स्पर्धक



संघटित क्षेत्राची
आव्हाने



बाजारपेठेतील
पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि
संबंधित जोखीम

- मिरचीसाठी संघटित किरकोळ विक्रेते आणि ई-कॉमर्स हे वेगाने वाढणारे विक्री मार्ग आहेत.
- संघटित किरकोळ विक्रेत्यांमध्ये रिलायन्स, मोर आणि डी-मार्ट सारख्या मोठ्या राष्ट्रीय किरकोळ विक्रेत्या कंपन्या समाविष्ट आहेत.
- बिग बास्केट सारख्या ई-कॉमर्स कंपन्या त्यांच्या स्वतःचे ब्रँडने विक्री करतात.

- पुरवठा साखळीमधील क्लिष्टता
- अपूर्ण शीतसाखळी /पायाभूत सुविधा
- ग्राहकांकडून समान गुणवत्तेची मागणी
- किंमतीतील चढ-उतार
- ग्राहकांची अविश्वासाहर्ता
- पॅकेजिंग आणि ब्रँडिंग
- विक्री व्यवस्थेतील अंतिम टप्पा मधील जास्त हाताळणी
- खरेदी केलेला शेतमाल परत करणे व त्याचे रिफंड करण्याची कार्यवाहीची मर्यादा
- शेतमालाचे व्यवस्थापन

- शेतमाल विक्रीसाठी www.indiamart.com आणि www.tradeindia.com सारख्या ऑनलाइन व्यापार संकेतस्थळांवर नोंद करणे
- विविध संस्था/संघटनेद्वारे आयोजित केलेल्या इतर राष्ट्रीय व्यापार संमेलनामध्ये सहभाग घेणे.
- मॅनेट व इतर प्रकल्पामार्फत आयोजित खरेदीदार-विक्रेत्याचे संमेलन.
- खरेदीदार-विक्रेते संमेलनामध्ये सहभाग घेणे.
- खरेदीदार-विक्रेत्याच्या संमेलनाच्या माहितीसाठी संकेतस्थळे

<https://krishijagran.com/events>

<https://www.kisaanhelpline.com/agriculture-events>

<https://ficci-web.com/events>

<https://www.2exhibitions.com/agriculture-and-forestry/>

फायदे:

- शेतकरी उत्पादक संस्था बाजारपेठेतील विविध प्रकारच्या ग्राहकांच्या गरजांची पूर्तता करू शकतात
- उत्तम प्रतीच्या शेतमालास चांगला बाजारभाव मिळतो
- संघटित किरकोळ विक्रेते आणि ई-कॉमर्स हे वेगाने वाढणारे विक्री मार्ग असल्यामुळे ग्राहकांशी चांगले व्यावसायिक संबंध निर्माण केल्यास शेतकरी उत्पादक संस्थांना विक्रीसाठी एक स्थिर बाजारपेठ मिळते

जोखीम:

- काही ई-कॉमर्स कंपन्या शेतमालाची खरेदी केल्यानंतर साधारणतः ३ दिवस ते ३० दिवसांच्या दीर्घ कालावधीनंतर रक्कम देतात
- किरकोळ विक्रेते २-३ दिवसांच्या कालावधीनंतर रक्कम देतात
- शेतमाल गुणवत्तेचे नियम कठोर असतात
- कठोर गुणवत्ता निकषांमुळे शेतमालाच्या किंमतीमध्ये कपात केली जाते

प्रक्रियादार



मूल्यवर्धित उत्पादने



मूल्यवर्धन आणि प्रक्रियेची आव्हाने



स्पर्धक



बाजारपेठेतील पर्याय आणि संपर्क



फायदे आणि संबंधित जोखीम

- मिरचीवर दुय्यम किंवा तृतीयक प्रक्रिया करून मूल्यवर्धित उत्पादन तयार केली जातात
- मिरचीचे मुख्य मूल्यवर्धित उत्पादने: मिरची पेस्ट, लोणचे आणि पावडर

- कुशल मनुष्यबळाचा अभाव आणि मजूर टंचाई
- आधुनिक तंत्रज्ञानाचा अभाव
- काढणीपश्चात हाताळणी
- प्रक्रिये दरम्यान तयार होणार कचरा
- ऊर्जा खर्च
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- बाजारपेठेमध्ये प्रवेश आणि वितरण
- भांडवल मर्यादा
- इतर देशांकडून होणारी स्पर्धा

- स्थानिक बाजारपेठा
- घाऊक विक्रेते आणि व्यापारी आहेत
- प्रक्रियादार कंपन्यांचे पुरवठादार

- थेट स्थानिक भागातील प्रक्रियादारांशी संपर्क साधणे
- प्रक्रियादार कंपन्यांच्या पुरवठादारांशी संपर्क साधणे
- www.indiamart.com आणि www.tradeindia.com सारख्या ऑनलाइन व्यापार संकेतस्थळांवर नोंद करणे
- मॅग्नेट प्रकल्प व इतर विभाग यांचेमार्फत आयोजित खरेदीदार-विक्रेत संमेलनामध्ये सहभाग घेणे

फायदे:

- निम्न दर्जाच्या मिरची विक्रीसाठी एक स्थिर बाजारपेठ मिळते.
- प्रक्रियादाराना शेतमालाचा पुरवठा टप्प्या-टप्प्यांमध्ये(बॅच) केला जाऊ शकतो.
- बॅच वाहतूक करून वाहतूक खर्च कमी केला जाऊ शकतो.

जोखीम:

- प्रक्रियादार सामान्यतः १५-१६ दिवसांच्या दीर्घ कालावधीनंतर रक्कम देतात. त्यामुळे रक्कम बुडण्याचा धोका निर्माण होतो.
- एकाच प्रक्रियादार कंपनीवर अवलंबून राहिल्यास धोका संभवू शकतो

शेतकरी उत्पादक संस्था व खरेदीदार जोडणी

आवश्यक बाबी:

बाजारपेठेतील शेतमालाची आणि शेतकऱ्यांची माहिती (कमोडिटी रिसोर्स मॅपिंग अँड नो युवर फार्मर्स) :

विविध पिकांखालील लागवड क्षेत्राची व उपलब्ध शेतमालाची माहिती शेतकरी उत्पादक संस्थांकडे असावी. शेतमाल विक्रीकरिता ही माहिती शेतकरी उत्पादक संस्थांना उपयोगी पडते. त्यामुळे शेतमालाचे नुकसान टाळण्यासाठी आवश्यक उपाय-योजना करणे शक्य होते.

पुरवठा पर्यायांमध्ये विविधतेची आवश्यकता:

१. सर्वोत्तम श्रेणींच्या मिरचीची निर्यात करणे



२. उच्च-मध्यम श्रेणींच्या मिरचीची देशांतर्गत बाजारपेठेमध्ये विक्री करणे (B2B, B2C)



प्रमुख अडचणी :

- शेतमाल मागणी व किमतीतील चढ-उतार
- सातत्यपूर्ण शेतमालाचा पुरवठा
- पायाभूत सुविधांचा अभाव
- रक्कम मिळण्यास लागणार कालावधी

परिणामी बाजारातील प्रमुख खरेदीदार थेट बाजार समितीतील व्यापाऱ्यांकडून शेतमाल खरेदी करण्यास प्राधान्य देतात.

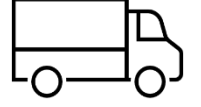
३. कमी दर्जाच्या मिरचीची प्रक्रियेसाठी प्रक्रियादार यांना विक्री करणे



शेतकरी उत्पादक संस्था व खरेदीदार जोडणी

आवश्यक बाबी:

खरेदीदाराच्या मागणीनुसार शेतमाल संकलन आणि काढणीपश्चात पायाभूत सुविधांची उभारणी करावी



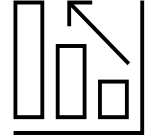
खरेदीदारांकडून रक्कम प्राप्त करणेसाठी अटी-शर्तीतील लवचिकता :

देशांतर्गत बाजारपेठेसाठी खरेदीदारांकडून रक्कम अदा करण्याचा कालावधी किमान ५ ते ७ दिवस आणि निर्यातसाठी शेतमाल परदेशात (आखाती देश) पाठवल्यापासून पैसे अदा करण्याचा कालावधी किमान ३० दिवसांचा असू शकतो



देशासह जगभरातील शेतमालाची बाजारस्थिती आणि हवामानाची माहिती अद्यायावत असावी :

त्यानुसार शेतमालाचे उत्पादन आणि दर्जाचे नियोजन करावे.



उत्पादन आणि विक्री नियोजनासाठी व्यवस्थापकाची नियुक्ती करावी आणि विविध शेतकऱ्यांकडून खरेदीदारांशी समन्वय असावा : शेतमालाची खरेदी आणि देयक अदा करण्यासाठी दिवस आणि कालावधी निश्चित करावेत.



मिरची खरेदीदारांची यादी

खरेदीदाराचे नाव	खरेदीदाराचा तपशील
DeHaat - Geen Agrevolution Pvt Ltd	Exporter- Domestic
Amazon Fresh	Domestic-Retail
Reliance Fresh	Domestic- Retail
ITC-ABD	Domestic- B2B
ITC Spices	Domestic- Processor
A2Z agri technology Pvt Ltd	Domestic- B2B
Universe Export	Domestic- Exporter
More Retail	Domestic-Retail
Go4Fresh (Fresh Produce Value Creation Services Pvt. Ltd.)	Domestic-Retail
Star Bazaar (Trent Hypermarket Pvt. Ltd.)	Domestic -Retail

मिरची निर्यातीसाठी कस्टम हाऊस एजन्ट (CHA) बाबत माहिती

कंपनीचे नाव	संपर्क व्यक्ती	संपर्क क्रमांक
Source Produce Deliver	Mr.Augustine Chalissery	+91 91675 72814
CHA Five stars	Mr.Shubham	+91 98199 66009
Shiv Sai Enterprises	Mr.Somnath	+91 86522 69739